

ABSTRAK

Optimalisasi peran Divisi Front Office juga sangat penting. Penulis memilih Hotel Inna Garuda sebagai perusahaan yang diteliti karena Hotel Inna Garuda merupakan salah satu hotel berbintang empat yang berdiri tepat di tengah jantung kota Yogyakarta yang penuh dengan sejarah tempo dulu. Sehingga, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi optimalisasi peran *front office* dalam fungsi *public relations*. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini. Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pemikiran mengenai konsep *Public Relations* dan dihubungkan dengan Konsep Komunikasi Interpersonal untuk strategi optimalisasi peran *front office* dalam fungsi *public relations*. Semua data tersebut sebelumnya dikonfirmasi dengan pihak-pihak yang berhubungan dalam penelitian ini melalui teknik validitas data triangulasi sumber. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil dilihat bahwa Di hotel Inna Garuda Yogyakarta, kegiatan divisi Front Office sudah melakukan perannya dengan sangat baik. Posisi *Front Office* bertugas untuk melayani, mempromosikan, memperhitungkan, serta mempertahankan citra Hotel Inna Garuda Yogyakarta mengingat bahwa divisi ini merupakan pusat bagian segala informasi pengunjung, sehingga dapat merangkap bagian divisi lainnya serta juga dibantu dengan divisi Marketing yang selalu menentukan target dalam setiap aktifitasnya guna selalu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Hotel Inna Garuda Yogyakarta.